

2011

CHINA CHAIN STORE ALMANAC 2011

中国连锁经营年鉴

中国连锁经营协会 编

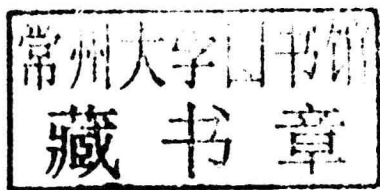


中国商业出版社

2011 中国连锁经营年鉴

China Chain Store Almanac 2011

中国连锁经营协会 编



中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

2011 中国连锁经营年鉴/中国连锁经营协会编. —北京: 中国商业出版社, 2011. 7

ISBN 978 - 7 - 5044 - 7332 - 5

I. ①2… II. ①中… III. ①连锁商店—商业经营—中国—2011—年鉴
IV. ①F721.7 - 54

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 105878 号

责任编辑: 唐伟荣 张超美

中国商业出版社出版发行

010 - 63180647 www. c - cbook. com

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店总店北京发行所经销

北京明月印务有限责任公司印刷

*

787 × 1092 毫米 16 开 27 印张 630 千字

2011 年 7 月第 1 版 2011 年 7 月第 1 次印刷

定价: 360.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

编辑委员会名单

编委会名誉主任：张志刚 全国政协委员

中华人民共和国商务部 原副部长

杨树德 国家工商行政管理总局 原副局长

中国连锁经营协会 名誉会长

黄 海 全国政协委员

中华人民共和国商务部 原部长助理

编委会主任：姜俊贤 中国全聚德（集团）股份有限公司 董事长

郭戈平 中国连锁经营协会 会长

编委会副主任：王宗南 光明食品（集团）有限公司 董事长

陈 朗 华润（集团）有限公司 董事 副总经理

华润创业有限公司 董事 总经理

郑万河 北京王府井百货（集团）股份有限公司 董事长

孙为民 苏宁电器股份有限公司 副董事长

吕国满 锦江麦德龙现购自运有限公司 高级副总裁

朱丽筠 北京福奈特洗衣服务有限公司 总经理

孙 坚 如家酒店集团 首席执行官

纪志坚 大连三洋冷链有限公司 总经理

王培桓 山东家家悦集团有限公司 董事长兼总经理

苏敬轼 百胜餐饮集团中国事业部 总裁

程 军 武汉中百集团股份有限公司 董事 副总经理

武汉中百百货有限责任公司 董事长 党委书记

吴坚忠 物美控股集团有限公司 董事长

王 培 沃尔玛（中国）投资有限公司 高级副总裁兼首席执行官

李燕川 北京超市发连锁股份有限公司 党委书记 总裁

卢文兵 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司 总裁

编委会委员：（按姓氏笔画排序）

于显洋 中国人民大学 教授

王方剑 长银资本 董事

王钧耀 浙江省连锁经营协会 秘书长

刘建华 武汉连锁经营协会 秘书长

朱 舫 中国日报社 副总编辑

李远志	黑龙江省连锁经营协会	秘书长
李秀珍	北京市连锁经营协会	会长 秘书长
张慧玉	河南省商业行业协会	会长
杨建英	福建省连锁经营协会	秘书长
孟福平	山西省连锁经营协会	秘书长
简丽娜	广州市连锁经营协会	秘书长
孔杨林	湖南省连锁经营协会	秘书长
王 杰	天津市连锁商业协会	秘书长
田甲男	沈阳市连锁经营协会	秘书长
刘 睿	长沙市连锁经营协会	秘书长
朱 平	东莞市零售行业协会	秘书长
汤 娟	广东省连锁经营协会	秘书长
花 涛	深圳市零售商业行业协会	会长 秘书长
何家信	安徽省连锁经营协会	秘书长
张云鸿	昆明市连锁经营协会	秘书长
赵 顺	大连市连锁企业协会	秘书长
胡文章	上海市连锁商业协会	秘书长
顾国建	上海商学院	教授
徐圣雄	重庆市连锁经营协会	会长 秘书长
徐晓芳	国泰君安证券研究所	研究员

总 编：裴 亮

执 行 总 编：李建中

编 辑 人 员：杨青松 彭建真 王文华 苏 霜 楚 东 王洪涛

前言

2010年,是我国落实“十一五”规划的收官之年。中国连锁零售业经过20年的发展,规模已今非昔比,而“十一五”期间,连锁零售业结构发展逐步加快,现代管理水平不断提升,电子商务兴旺蓬勃,物流配送体系更加完善,行业贡献度稳步提高,是行业发展最快的时期之一。回顾2010年,伴随我国经济环境和态势的稳步向好,连锁零售业已从整体上摆脱了国际金融危机的影响,步入平稳增长的轨道。其中,中国连锁经营协会零售会员企业的销售规模达到近2万亿元人民币,占全国社会消费品零售总额的13%。

据中国连锁经营协会统计,2010年中国连锁百强企业销售规模达到1.66万亿元,同比增长21.2%,增幅较上年大幅提高,并高出社会消费品零售总额增幅2.8个百分点,其中大部分是区域型连锁企业;百强企业销售规模占社会消费品零售总额的11%,与2009年基本持平。百强企业门店总数达到15万个,同比增长9.8%,增幅较上年明显回落。伴随开店增速的大幅下降,销售规模却明显上升,显示出连锁百强企业营运质量显著提升。从业态情况看,2010年百货企业占据百强席位的三分之一,其销售额和店铺数量年均增幅分别为23.2%和18.5%,明显高于超市连锁企业,其中并购成为百货企业扩张的重要方式;以超市为代表的快消品百强企业销售增长13.8%,增幅高于上年,而门店增长4.5%,实际增幅低于2009年,显示出快消品企业经营质量的改善。就内外资企业比较看,2010年外资百强企业主要经营大型超市业态,在该领域逐渐占据主导地位;外资百强企业开店增幅明显高于内资,并总体保持较快发展速度,且新增店铺与销售额增幅基本保持同步;而内资企业的开店速度和销售增长普遍低于外资企业。从营销模式看,2010年连锁百强企业中有34家开展了网络零售业务,实现销售规模约30亿元,网上零售已初具规模;此外,百强企业积极参与农村流通体系建设,农村市场和社区商业已逐渐成为零售发展的重要市场。但是,2010年百强企业也面临经营成本大幅上涨,员工流失率高,招聘、培训等业务压力与投入明显加大等方面的巨大困难,使企业有限的经营利润被租金、薪酬等刚性费用所蚕食。

2010年,中国特许经营总体发展呈现平稳较快态势。其中,特许企业总店铺数的增长高于上年,增速较快的行业/业态包括经济型酒店、商务服务、农资连锁、健康休闲,而专业零售的增速普遍较低;同时,销售增幅普遍低于店铺增幅。与2009年相比,家装、农资和专业零售等行业/业态的销售增幅明显提升,而综合零售、餐饮、经济型酒店、洗衣、教育培训等行业/业态的销售增幅出现下滑。截至2010年年底,中国特许体系已超过4500个,比上年增长12.5%,继续保持特许体系数量世界领先;加盟店总数40万个以上,比上年增长21%,特许体系平均拥有加盟店83个,覆盖的行业/业态超过70个;特许企业直接创造的就业岗位超过500万个。

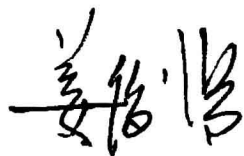
据中国连锁经营协会对45个行业/业态进行的2011年中国特许加盟行业投资景气调查显示,被特许总部和加盟商普遍关注的行业/业态包括:儿童教育培训、网上购物、汽

车养护美容、经济型酒店、速递/物流、便利店、家政服务、中式快餐、汽车租赁、婴幼儿用品零售等。总体来看,2011 年特许企业新开店数量将大幅增长,特别是加盟店的扩张将成为主体;从区域看,大多数特许总部更愿在东部发达地区开店,而更多的加盟商倾向于在中西部欠发达地区开店,这其中,二、三线城市将是特许经营发展的热点地区,而商业区和社区将是开店选址的更好选择;从资本市场看,大部分企业有上市意愿,而国内资本市场更被看好,其中实力较强的优秀品牌特许企业更加快了海外市场的开店步伐;从运营看,特许企业加大新产品开发是带动特许市场繁荣与增长的关键要素,特许企业开展多品牌策略将成为促进市场增长的主要力量,而生产企业导入特许经营自建通路和网店落地将对特许体系的增长起到明显的促进作用。

2011 年,是国家“十二五”规划的开局之年。虽然宏观经济形势还存在很多风险和不确定性,实体经济的发展环境还有待改善,连锁业也面临着诸多的压力、困难和挑战,然而经济大环境将持续向好,转变经济发展方式,营造和谐共赢环境,增强可持续发展能力将是贯穿“十二五”时期的一条主线。其中,加快城市化进程、积极改善民生、完善社会保障机制、持续扩大内需、强化供应链管理、增强零售创新能力、鼓励绿色循环发展、满足消费能力持续提升和适应消费者不断变化的购物习惯等一系列政策的出台和相应措施的实施,使零售业的地位居于前所未有的历史高位,必将进一步带动消费市场的繁荣,也为全行业的发展带来历史性的良机。因此,2011 年我国连锁经营的预期发展目标将高于上年,连锁百强企业的销售增长也将高于 2010 年。同时,从连锁业未来发展态势看,在相当长的时期内,多元将是连锁发展的一种常态、一种主流的发展方式。已经经历金融危机的冲击和一系列创新及模式变革的连锁企业应做好充分的准备:要基于核心业务、围绕核心业务,并根据自身资源优势和实际发展状况开展多元经营;要对未来的发展更加从容和自信,要以创新精神挖掘多元零售新价值,鼎力实现行业和企业可持续发展。

随着中国连锁经营规模的不断扩大,相关数据资料已成为业内人士进行科学决策和分析的重要依据。《2011 中国连锁经营年鉴》力求通过严谨的内容、翔实的数据、直观的图表,客观反映 2010 年中国连锁经营市场的发展状况,详尽描述行业的运行环境,为业内人士经营、管理和决策提供参考和帮助。在此,向参加本书编写的专家、学者、业内人士和编委会工作人员表示衷心的感谢!

中国连锁经营协会理事会主席



中国连锁经营协会会长



目 录

第一部分 行业综合篇

“十二五”时期发展连锁经营的总体思路	(3)
挖掘多元零售时代新价值源	(8)
2009 - 2010 年度中国连锁零售行业发展总体情况	(12)
2010 年中国特许经营总体发展状况	(19)

第二部分 行业调查篇

2010 年中国连锁百强企业经营状况调查分析	(35)
2009 - 2010 年度大型超市、超市行业经营状况分析报告	(37)
2009 - 2010 年度百货店行业经营状况分析报告	(48)
2009 - 2010 年度便利店行业经营状况分析报告	(56)
2009 - 2010 年度家电行业经营状况分析报告	(64)
2009 - 2010 年度医药连锁零售行业经营状况分析报告	(69)
2010 年中国特许经营连锁百强企业发展状况调查分析	(73)
2011 年中国特许加盟行业投资景气调查报告	(81)

第三部分 专题篇

2010 年中国连锁企业劳动力管理调研报告	(93)
2010 年中国零售业员工最喜爱的公司评选报告	(102)
2010 年 CCFA 金牌店长评选分析报告	(109)
2009 年中国零售企业生鲜经营状况调查报告	(117)
2009 年连锁超市企业生鲜供应链调查报告	(122)
2010 年中国零售业防损调查报告	(140)
2010 年中国零售业风险预警机制的建立研究报告	(152)
2010 年中国连锁零售业分销研究的主要发现	(196)
2010 年中国零售业 IT 基准 (Benchmark) 研究报告	(216)
2010 年中国传统零售企业开展网络零售业务研究报告	(221)
2010 年中国快速消费品行业零售商与供应商协作调查报告	(235)
2010 年中国零售业节能环保状况调查报告	(257)

2010 年中国连锁零售业投资空间与趋势分析报告	(288)
2010 年中国餐饮连锁企业用工现状与对策研究	(306)
2010 年中国特许经营企业法律状况调查报告	(311)
2009—2010 年度中国优秀特许加盟品牌评审报告	(325)

第四部分 政策法规篇

卫生部发布《餐饮服务许可管理办法》 (2010 年 3 月 4 日)	(335)
商务部关于加快住宿业发展的指导意见 (2010 年 3 月 22 日)	(341)
国家质检总局发布《食品生产许可管理办法》 (2010 年 4 月 7 日)	(344)
商务部关于完善生产资料流通体系的意见 (2010 年 4 月 13 日)	(350)
国家工商总局发布《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》 (2010 年 5 月 31 日)	(354)
国家发改委关于印发《农产品冷链物流发展规划》的通知 (2010 年 6 月 18 日)	(359)

第五部分 附录

附录一

CCFA2010 中国连锁年度人物	(363)
2010 年度中国零售业员工最喜爱的公司	(364)
2010—2011 年度中国特许经营年度奖项说明	(365)
中国特许奖	(367)
中国特许奖蝉联品牌	(370)
2010—2011 年度中国零售业优秀特许加盟品牌	(371)
2010—2011 年度中国餐饮与酒店业优秀特许加盟品牌	(371)
2010—2011 年度中国服务业优秀特许加盟品牌	(372)
2010—2011 年度中国特许经营最具成长力奖	(372)
2010—2011 年度中国特许经营社会责任奖	(373)
2010—2011 年度国际特许品牌发展奖	(373)
2010—2011 年度中国特许经营创新大奖	(373)
2010—2011 年度中国特许经营创新奖	(374)
2010—2011 中国特许经营年度人物	(374)
2010—2011 年度中国优秀加盟商(单店)	(376)
2010—2011 年度中国优秀加盟商(区域)	(378)

2011 大陆台商优秀连锁经营品牌	(379)
2010 年度 CCFA 十佳金牌店长	(380)
2010 中国零售业优秀 CIO 名单	(380)
2010 年度 CCFA 行业防损之星	(381)
附录二	
2010 年中国连锁业大事记	(382)
附录三	
2010 年中国连锁百强名单	(394)
2010 年中国快速消费品连锁零售百强名单	(399)
2010 年中国特许经营连锁 120 强名单	(403)
2010 年中国主要连锁百货企业经营情况	(407)
2010 年中国主要连锁便利店企业发展情况	(408)
2010 年主要海外品牌经营情况	(410)
2011 年全球零售商 100 强名单	(411)
附录四	
中国连锁经营协会简介	(418)
地区连锁协会名录	(421)

第一部分 行业综合篇

“十二五”时期发展连锁经营的总体思路

一、“十一五”期间我国连锁经营取得迅速发展

连锁经营作为新型流通方式和组织形式，“十一五”期间，在零售业、餐饮业和生活服务业等多个行业得到快速发展，呈现以下几个特点：

1. 连锁企业规模不断壮大。“十一五”期间，我国连锁经营管理现代化水平不断提升，以现代信息技术为主的各种先进经营管理技术在连锁行业内开始得到应用，连锁企业规模不断壮大。2009年，我国限额以上连锁零售企业门店总数17.6万个（175677个），比2005年增长66.23%；营业面积1.18亿平方米，比2005年（8687.5万平方米）增长35.9%；商品销售额2.22万亿元（22240亿元），比2005年的1.26万亿元（12587.8亿元）增长76.68%，占社会零售商品总额比重为16.8%，比2005年（18.7%）下降1.9个百分点。零售额1.58万亿元，比2005年的8569.5亿元增长85.1%；占社会消费品零售总额的比重为11.9%，比2005年的12.7%下降0.8个百分点。从业人员达210.9万人，比2005年（160.1万人）增长31.7%。

2. 特许经营发展势头尤为强劲。据中国连锁经营协会统计：截至2010年年底，全国共有特许经营体系4500多个，我国已连续多年成为世界上特许体系最多的国家，加盟店铺总数在40万以上，提供的就业岗位超过500万，覆盖的行业业态超过70个。

3. 形成多元化发展格局。随着我国经济体制改革的持续深入，连锁经营主体多元化特征明显，多种经济成分和各种所有制主体相互竞争、共同发展。一批国内知名连锁企业迅速成长，外资连锁经营企业进入中国市场的速度也在加快，经营品牌化、竞争国际化、管理专业化的趋势日趋明显。

4. 对经济增长的贡献日益增强。“十一五”期间，连锁经营作为搞活流通，扩大消费的重要手段，有效地降低了流通成本，提高了流通效率和效益，推动了传统流通向现代流通的转变，为消费者提供了多样化、个性化的服务，同时在吸纳就业、拉动内需、抵御金融危机冲击、吸引国内外投资等方面都做出了重要贡献。

连锁经营的出现和发展，是零售业的又一次革命，促进了零售企业的现代化、规范化经营，提高了零售业的产业集中度和市场影响力。发展连锁经营对于搞活流通、扩大消费具有重要意义。连锁经营通过统一采购、统一配送、统一标识、统一经营模式、统一销售价格，带来经营成本的大幅度降低，为消费者提供质优价廉的商品和方便快捷的服务，引导和促进消费，培育和扩大内需，甚至在某种程度上影响和改变了人们的消费习惯和生活

方式。我们有理由相信,在新一轮第三产业发展和扩大内需过程中,连锁经营必将凸显更为重要的地位并发挥更为重要的作用;同时,第三产业的大力发展和内需的持续扩大,也为连锁经营提供了更为广阔的发展空间。

二、“十二五”期间连锁经营面临难得的发展机遇

未来五年,随着我国城镇化进程的不断加快,居民收入水平的不断提高,收入分配体制改革深化、社会保障体系的逐步完善,我国将逐步从生产大国向消费大国转型,进入消费市场快速发展和转型的关键时期。居民消费能力和消费意愿显著增强,消费供给结构趋于合理,消费环境不断改善,进一步扩大消费的空间广阔,为“十二五”期间连锁经营的发展提供了良好机遇。

(一) 坚持扩大内需战略为连锁业提供发展空间

“十二五”规划建议提出:坚持扩大内需战略,建立扩大消费需求的长效机制。随着“十二五”规划有序展开,城镇化进程不断推进,收入分配制度不断改善,基本公共服务体系得到健全,居民消费潜力将有效转化为现实消费需求。服务于人民群众的流通业引导生产、满足消费的作用将得到进一步发挥,连锁业的发展空间广阔。根据 2009 年的数据,居民消费率每提高一个百分点,就意味着释放出 3353 亿元的消费需求。按照平均 8% 的增速测算,预计到 2015 年,我国人均 GDP 将超过 5000 美元,消费对经济的拉动作用进一步增强,开始进入消费主导型的发展模式。这势必给我国商贸服务领域连锁经营发展注入持续、强大的动力,也提出新的挑战。

(二) 经济发展方式转变为连锁业发展提供机遇

巩固和扩大应对国际金融危机冲击成果是“十二五”时期的重要任务。后金融危机时代,一方面随着内外需求结构变化和制造业的优化升级,使得包括连锁企业在内的流通业发展面临前所未有的机遇。另一方面从高投入高能耗向资源节约转变的经济发展方式则要求流通业加快节能减排,向绿色化、节约化方向发展。据调查,我国大型零售企业的水电费是仅次于人力资源和房租的第三大成本,占总支出费用的 10% ~ 30%,比发达国家同类商场高出 2 ~ 3 倍。因此,推进节能减排不仅直接减少企业成本、增加利润,而且从长远看有利于转变发展方式,提升企业市场竞争力。

(三) 消费结构升级为连锁业创造广阔市场

随着居民生活水平的提高和居民消费结构的变化,连锁企业从提供商品服务向提供消费服务的转变趋势日益明显。2009 年,我国城镇化率为 46.6%,预计到“十二五”末将突破 50%,有半数以上人口居住在城市,如果加上城镇流动人口,城镇将成为我国消费者聚居的主要场所。“80、90”后和“银发族”将成为新兴消费群体(据测算,我国 1980 年以后出生的人口约为 4.2 亿,占 31.4%;2009 年 65 岁以上人口为 1.13 亿,占 8.5%,2015 年将达 10%)。此外服务消费、汽车消费、电子信息消费、网络购物、刷卡消费、个性化定制消费等成为消费热点和风潮。这将促进连锁企业不断完善网点和渠道建

设，为城镇居民提供更多的消费便利，满足不同层次的消费需求。

三、转变连锁经营发展方式，服务“十二五”经济大局

2011年是“十二五”规划开局之年，也是关键的一年，落实科学发展观、转变发展方式、优化升级经济结构，构建社会主义和谐社会成为各项工作的核心。要实现这样一系列目标，不仅要求连锁经营快速发展，而且更要求科学发展、和谐发展，坚持以人为本，转变发展观念，创新发展模式，提高发展质量。

（一）连锁企业要为新农村建设服务

十七届五中全会提出，要加快社会主义新农村建设，加强农村基础设施建设和公共服务，拓宽农民增收渠道，完善农村发展体制机制，建设农民幸福生活的美好家园。

近年来，尽管农村流通体系建设步伐不断推进，但是农村流通方式落后，流通网络不发达的情况仍然存在。要从根本上解决这个问题，促进农民增收和生活质量的提高，就必须通过发展连锁经营、现代物流等现代流通方式来实现。

商务部多年来致力于农村市场体系建设，发展现代连锁经营，改善农村消费环境，开拓农村市场，扩大农民消费，疏通农产品流通渠道，促进农业产业化。“十二五”期间，广大连锁企业应继续积极参与商务部推动的“万村千乡”市场工程、“双百市场”工程、“农超对接”、“家电下乡”、“农机下乡”和“汽车摩托车下乡”等工作，进一步扩大农民消费。发挥自身能动性，以点带面，加大对农产品、农业生产资料、农村消费品的流通基础设施投入，积极参与建设农村市场流通渠道，通过连锁经营等现代流通提高农产品流通效率，有效降低流通成本，更好地促进农民增收，更好地扩大农村消费。

（二）连锁企业要为扩大城市居民消费服务

“十二五”规划建议提出，要把扩大消费需求作为内需战略重点，进一步释放城乡居民消费潜力，积极稳妥推进城镇化，大力发展服务业和中小企业。

“十二五”期间，商务部将继续实施“网点进社区、服务进家庭”的“双进工程”；进一步开展“家电、汽车以旧换新”工作，积极发展社区商业，继续推动服务平台建设、旧货及废旧物资回收网络建设、居民早餐及城市主食加工配送中心、标准化菜市场建设等工作，加强扶持资金和政策支持。同时，高度重视并研究、出台支持电子商务、网络购物发展的相关政策。广大零售、餐饮、生活服务连锁企业应深入社区，在社区发展理发、洗染、菜场、废旧物资回收等服务网络，拓展服务功能，创新服务方式，拓展服务项目，就地就近方便群众，扩大社区居民消费。

（三）连锁企业要为转变流通发展方式服务

我国的零售企业特别是连锁企业，经历了十几年的高速增长。但也应认识到，连锁企业销售额的增长主要来自店铺数量的增加，重规模轻质量、发展结构失衡、零供关系紧

张、同业竞争不规范等问题已成为限制行业发展的“天花板”^①。一些发展模式不科学、管理体系不精细、经营模式僵化的企业难以为继。在这种情况下，党的十七届五中全会和“十二五”规划建议提出，要坚持把经济结构战略性调整作为加快转变经济发展方式的主攻方向，恰好为连锁企业提供了由粗放管理向精细化管理转变，由外延式发展向内涵式发展转变的历史机遇。“十二五”期间，连锁企业在快速发展的同时，要进一步针对当前的市场环境，不断推进管理的创新、经营的创新和服务的创新，确保行业和企业活力，培育核心竞争力，实现可持续发展。

一是深化自有品牌开发。在培育自身服务品牌的同时，积极探索与出口导向型企业合作，发展自有商品品牌。以系列化、专业化经营形成明显的差异化经营特色，形成企业核心竞争力，提升企业的知名度和美誉度。

二是注重经营理念创新。认真研究行业和消费的发展趋势，吸取和采纳发达国家和外资连锁企业的先进理念，做好市场细分和顾客定位，把握消费需求的变化趋势，从追求规模转向精细管理；同时树立科学发展、和谐发展和互利共赢的观念，处理好与供应商、消费者和业内同行的关系，加强沟通合作，共同创造良好的发展环境。

三是转变经营管理方式。一方面推进大型连锁企业兼并重组，实现强强联合，提高流通业集中度。坚持引进来与走出去相结合，有条件的连锁企业逐步构建海外营销网络。另一方面鼓励中小企业发展加盟连锁和自由连锁，营造适合中小企业发展的融资环境，支持通过共同采购、特约经销等先进经营方式，扩大经营规模，降低运行成本，逐步发展壮大。

（四）连锁企业以科技创新为突破点，促进可持续发展

连锁不是简单的复制，连锁经营的发展，离不开科技的创新。十七届五中全会提出，要坚持把科技进步和创新作为加快转变经济发展方式的重要支撑，在科学与信息技术迅猛发展的今天，作为新兴流通方式和组织形式的连锁经营，理应成为科技含量最高的行业之一。

一是提高连锁企业信息化水平。信息化既是流通现代化的重要内容，也是连锁企业发展的必由之路。连锁企业一方面要不断优化内部业务流程和交易方式，提高管理效益；另一方面要积极探索建立网上销售平台，要把实体销售的网络渠道、物流优势与电子商务的灵活便捷优势相结合，实现门店销售和网络销售的协调发展。

目前，中国连锁百强中，有接近一半的企业已经开展了电子商务，在“十二五”期间，电子商务在连锁企业中更加普及，将成为推动连锁经营发展的主要动力。

二是提高物流配送科技水平。连锁经营的规模效益是建立在完善高效的物流配送体系上的，目前，我国连锁行业的配送率较低、信息化水平不高。“十二五”期间，要进一步合理有序规划和建设物流配送基础设施，加快公共物流配送中心和物流服务电子信息平台建设，引导物流企业提高信息化、智能化管理水平，减少流通环节，降低流通费用，提高

^① “天花板”：天花板效应原是用来比喻一种无形的、人为设置的困难，用以阻碍某些有资格的人（特别是女性）在组织中只能上升到所设定的职位。在此用来形容行业中潜在的、掣肘行业和企业发展的不良因素已达到较高程度。

流通效率。发展绿色物流、低碳物流，以科技水平来促进物流环节的节能降耗。

三是以科技手段提高消费安全保障。食品安全关系到广大人民群众的身体健康和生命安全，关系到经济健康发展和社会稳定，同时也是保持连锁企业自身经营安全、品牌形象和生命力的需要。2010年10月，商务部在上海等十个城市开展了肉菜可追溯体系试点工作。主要的目的是提高生产经营者的责任意识和保障能力；改善消费者预期，促进放心消费。广大连锁企业作为与人民群众生活息息相关的行业，应以此为契机，积极响应政府号召，坚持以人为本观念，发挥自身网络优势，从建立健全制度、严格执行法律法规和标准、定期检查监督、配套相应设施及条件等方面保障食品安全，切实保障人民群众的消费安全和生活质量。

商务部商贸服务司作为连锁经营的主管部门，一直高度重视和支持连锁经营的发展。今后，将进一步增强政府服务功能，认真执行“十二五”发展规划；继续完善流通领域法律法规和标准化建设；改善消费环境，创新管理手段，努力建立统一、开放、竞争、有序的市场体系。根据十七届五中全会精神和“十二五”规划要求，继续协调相关部门，争取建立完善的政策体系，解决制约连锁企业做大做强的政策性、体制性障碍，为连锁企业的发展创造优良的外部环境，推动连锁企业不断壮大发展。

中国连锁经营协会作为我国连锁经营领域惟一的全国性行业组织，应更好地加强协会建设，积极为企业排忧解难、创造商机；积极引导企业加强行业自律，实现同步发展；积极推动企业与政府、企业与企业之间的沟通和交流，为推动“十二五”期间中国连锁经营的发展做出更大的贡献。

（根据商务部商贸服务司副司长王选庆在第十二届中国连锁业会议上的讲话改编）